

**PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP
*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE***
(Studi Empiris Perusahaan Manufaktur terdaftar di Bursa Efek Indonesia
Periode 2013-2014)



PUBLIKASI ILMIAH

Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada Jurusan Akuntansi Fakultas
Ekonomi dan Bisnis

Disusun oleh:

CHRISMA ISTIANA

B 200 120 122

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2016

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE
(Studi Empiris Perusahaan Manufaktur terdaftar di Bursa Efek Indonesia
Periode 2013-2014)**

PUBLIKASI ILMIAH


Disusun oleh:

CHRISMA ISTIANA

B 200 120 122

Telah diperiksa dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing


Dr. Nocr Sasongko, S.E., M.Si, Ak, CA

NIK. 195803091957031657

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE**
(Studi Empiris Perusahaan Manufaktur terdaftar di Bursa Efek Indonesia
Periode 2013-2014)

Disusun oleh:

CHRISMA ISTIANA

B 200 120 122

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Sabtu, 23 April 2016
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Dr. Noer Sasongko, S.E, M.Si, Ak, CA
(Ketua Dewan Penguji)
2. Dr. Fatchan Achyani, S.E, M.Si
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Drs. Eko Sugiyanto, S.E, M.Si
(Anggota II Dewan Penguji)

(*Noer*)
(*FA*)
(*ES*)

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta**


Dr. Triyono, S.E, M.Si

NIK. 195803091957031642

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 23 April 2016



Penulis

CHRISMA ISTIANA

B 200 120 122

PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE

(Studi Empiris Perusahaan Manufaktur terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2014)

Abstraksi

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh karakteristik perusahaan yang diwakili oleh tipe industri, ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan ukuran dewan komisaris sebagai variabel independen terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* sebagai variabel dependen. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2013-2014. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 54 perusahaan dengan metode purposive sampling. Tipe data adalah data sekunder. Data di analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya variabel tipe industri yang berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Secara simultan variabel tipe industri, ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility, leverage, profitabilitas, tipe industri, ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan.*

Abstract

The objective of this research is to test the affect of companies' characteristic represented by industry types, companies' size, their profitability, their leverage, and the size of their commissary boards as independent variables on corporate social responsibility disclosure as the dependent variable. The population in this research is manufacturing company listed on the Indonesia Stock Exchange in the period 2013-2014. The number of samples in this research were 54 company by purposive sampling method. Types of data used are secondary data. Data were analized using multiple linier regression. The result of this research shows that only types of industry that effects corporate social responsibility disclosure. Simultaneously, variables types of industry, companies' size, profitability, leverage, and commissary boards' size effect corporate social responsibility disclosure.

Keywords: *Corporate Social Responsibility, leverage, profitabilitas, tipe industri, ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan.*

I. PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah basis teori tentang perlunya sebuah perusahaan membangun hubungan harmonis dengan masyarakat dan lingkungan tempat beroperasi. Secara teori, *CSR* dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para stakeholder terutama komunitas atau masyarakat disekitar wilayah kerja dan operasinya. Sebuah perusahaan harus menjunjung tinggi moralitas. Parameter keberhasilan suatu perusahaan dalam sudut pandang *CSR* adalah mengedepankan prinsip moral dan etis, yakni menggapai suatu hasil terbaik, tanpa merugikan kelompok masyarakat lainnya (Febrina dan Suaryana, 2011).

Peraturan yang mengatur tentang tanggung jawab sosial diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia nomor 40 tahun 2007 pasal 74 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan menjelaskan “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”. Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah (Febrina dan Suaryana, 2011).

CSR muncul akibat adanya modernisasi masyarakat yang sudah memahami bahwa aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan dapat membawa dampak negatif pada lingkungannya. Apalagi hal ini sangat dekat dengan aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan manufaktur karena perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang paling banyak berinteraksi dengan masyarakat. Dalam proses produksinya perusahaan manufaktur mau tidak mau akan menghasilkan limbah produksi, sangat erat hubungannya dengan masalah pencemaran lingkungan. Proses produksi yang dilakukan juga mengharuskannya untuk memiliki tenaga kerja bagian produksi sehingga masalah keselamatan kerja juga harus diperhatikan. Di sisi lain perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang menjual produk kepada konsumen sehingga isu keselamatan dan keamanan produk menjadi penting untuk diungkapkan kepada masyarakat. Oleh karena itu dengan banyaknya masalah-masalah yang terjadi, sangat diharapkan agar setiap perusahaan lebih meningkatkan kesadaran akan tanggung jawab sosialnya dengan cara memperhatikan dan mempertimbangkan akibat dari kegiatan operasional yang dilakukannya (Mutia *et al*, 2011).

Tanggung jawab sosial harus mendapatkan perhatian yang serius bagi dunia usaha. Masyarakat telah semakin kritis dan mampu melakukan kontrol sosial terhadap dunia usaha. Hal ini menuntut para pelaku bisnis untuk menjalankan usahanya dengan semakin bertanggungjawab. Pelaku bisnis tidak hanya dituntut untuk memperoleh keuntungan dari lapangan usahanya, melainkan mereka juga diminta untuk memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan sosialnya. Perubahan pada tingkat kesadaran masyarakat tersebut memunculkan kesadaran baru tentang pentingnya melaksanakan *CSR*. Pemahaman itu memberikan pedoman bahwa perusahaan tidak hanya sebagai entitas yang mementingkan dirinya sendiri untuk memperoleh keuntungan, namun perusahaan merupakan entitas yang wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Daniri, 2007 dalam Zhulaikha dan Yulfaida, 2012).

Tujuan *CSR* adalah agar menciptakan standar kehidupan yang lebih tinggi, dengan mempertahankan kesinambungan laba usaha untuk pihak pemangku kepentingan sebagaimana yang diungkapkan dalam laporan keuangan entitas. Laporan keuangan menjadi perangkat untuk melaporkan kegiatan entitas dan menjadi informasi yang menghubungkan perusahaan dengan para investor karena mengandung pengungkapan-pengungkapan, baik yang bersifat wajib (*mandatory disclosure*) maupun sukarela (*voluntary disclosure*) (Syahrir dan Suhendra, 2010 dalam Kamil dan Herusetya, 2012).

Manfaat yang diperoleh perusahaan dengan melakukan kegiatan *CSR* antara lain produk semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan semakin diminati investor. Beberapa manfaat lainnya, misalnya meningkatkan penjualan dan *market share*, memperkuat *brand positioning*, meningkatkan kemampuan perusahaan untuk memotivasi dan mempertahankan karyawan, serta menurunkan biaya operasional (Kolter dan Lee, 2005 dalam Kamil dan Herusetya, 2012).

Pentingnya pengungkapan *CSR* membuat banyak peneliti melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *CSR*. Penelitian yang dilakukan (Sari, 2012) bertujuan untuk menguji pengaruh tipe industri, ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan pertumbuhan perusahaan terhadap pengungkapan *CSR*. Hasil penelitiannya memberikan bukti bahwa tipe industri, ukuran perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *CSR*. Sedangkan *leverage* dan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *CSR*. Penelitian yang dilakukan (Zhulaikha dan Yulfaida, 2012) bertujuan untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, tipe perusahaan, *leverage*, dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *CSR*. Hasil penelitiannya memberikan bukti bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *CSR*. Sedangkan profitabilitas, tipe perusahaan, *leverage*, dan ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *CSR*. Penelitian ini

mencoba menguji pengaruh karakteristik perusahaan yang diwakili oleh tipe industri, ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan ukuran dewan komisaris terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

II. KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori Stakeholder

Teori Stakeholder menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, namun harus memberikan manfaat bagi stakeholdernya (pemegang saham, kreditor, konsumen, pemasok, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain). Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder kepada perusahaan tersebut (Zhulaika dan Yulfaida, 2012).

Hal pertama mengenai teori stakeholder adalah bahwa stakeholder adalah sistem yang secara eksplisit berbasis pada pandangan tentang suatu organisasi dan lingkungannya, mengakui sifat saling mempengaruhi antara keduanya yang kompleks dan dinamis. Stakeholder dan organisasi saling mempengaruhi, hal ini dapat dilihat dari hubungan sosial keduanya yang berbentuk responsibilitas dan akuntabilitas. Oleh karena itu, organisasi memiliki akuntabilitas terhadap stakeholdernya. Pendapat (Robert, 1992 dalam Nur dan Priantinah, 2012) menyatakan bahwa pengungkapan sosial perusahaan merupakan sarana yang sukses bagi perusahaan untuk menegosiasikan hubungan dengan stakeholdernya.

Teori Legitimasi

Teori legitimasi mengungkapkan bahwa perusahaan secara kontinyu berusaha untuk bertindak sesuai dengan batas-batas dan norma-norma dalam masyarakat, atas usahanya tersebut perusahaan berusaha agar aktivitasnya diterima menurut persepsi pihak eksternal (Deegan, 2000 dalam Febrina dan Suaryana, 2011). Perusahaan berusaha untuk menjustifikasi keberadaannya dalam masyarakat dengan legitimasi aktivitasnya (Naser *et al*, 2006 dalam Febrina dan Suaryana, 2011).

Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan ke depan. Hal itu, dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengonstruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri di tengah lingkungan masyarakat yang semakin maju (Nor Hadi, 2010: 87 dalam Sari, 2012). Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun non fisik.

Teori Keagenan

Teori keagenan mengungkapkan adanya hubungan antara *principal* dan *agent* yang dilandasi dari adanya pemisahan kepemilikan dan pengendalian perusahaan, pemisahan penanggung resiko, pembuatan keputusan dan pengendalian fungsi-fungsi (Jensen and Meckling, 1976 dalam Febrina dan Suaryana, 2011).

Pihak *principal* juga dapat membatasi divergensi kepentingannya dengan memberikan tingkat insentif yang layak kepada *agent* dan bersedia mengeluarkan biaya pengawasan untuk mencegah kecurangan yang dilakukan oleh *agent*. Adanya pemisahan antara fungsi kepemilikan (*ownership*) dan fungsi pengendalian (*control*) dalam hubungan keagenan sering menimbulkan masalah-masalah keagenan. Masalah-masalah keagenan tersebut timbul karena adanya konflik atau perbedaan kepentingan antara *principal* dan *agent*. Teori keagenan berusaha menjelaskan tentang penentuan kontrak yang paling efisien yang bisa membatasi konflik atau masalah keagenan (Jensen and Meckling, 1976 dalam Febrina dan Suaryana, 2011). Teori keagenan juga berperan dalam menyediakan informasi, sehingga akuntansi memberikan umpan balik (*feedback*) selain nilai prediktifnya.

Teori keagenan menyatakan bahwa, perusahaan yang menghadapi biaya kontrak dan biaya pengawasan yang rendah cenderung akan melaporkan laba lebih rendah atau dengan kata lain akan mengeluarkan biaya-biaya untuk kepentingan manajemen, salah satunya biaya yang dapat meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat yaitu biaya-biaya yang terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan.

Corporate Social Responsibility

CSR adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Dimana ketiga dari aspek tersebut diharapkan dapat terbentuk dalam kehidupan masyarakat sehingga keberadaan sebuah perusahaan diakui ditengah-tengah masyarakat luas (Mutia *et al*, 2011).

Corporate Social Responsibility Disclosure

Pengungkapan adalah pengeluaran informasi yang ditujukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Tujuan dari *Corporate Social Responsibility Disclosure* adalah agar perusahaan dapat menyampaikan tanggung jawab sosial yang telah dilaksanakan perusahaan dalam periode tertentu. Penerapan *CSR* dapat diungkapkan perusahaan dalam media laporan tahunan perusahaan yang berisi laporan tanggung jawab sosial perusahaan selama kurun waktu satu tahun berjalan (Sari, 2012).

Tipe Industri

Tipe industri merupakan pandangan masyarakat tentang karakteristik yang dimiliki perusahaan berkaitan dengan bidang usaha, resiko, karyawan yang dimiliki dan lingkungan perusahaan. Tipe dalam industri terdiri dari perusahaan *high profile* dan perusahaan *low profile*. Perusahaan-perusahaan *high-profile* pada umumnya merupakan perusahaan yang memperoleh sorotan dari masyarakat karena aktivitas operasinya memiliki potensi untuk bersinggungan dengan kepentingan luas. Sebaliknya, perusahaan *low-profile* adalah perusahaan yang tidak terlalu memperoleh sorotan luas dari masyarakat manakala operasi yang mereka lakukan mengalami kegagalan atau kesalahan pada aspek tertentu dalam proses atau hasil produksinya (Indrawati, 2009 dalam Sari 2012).

Perusahaan yang termasuk dalam industri yang *high-profile* akan memberikan informasi sosial lebih banyak dibandingkan perusahaan yang *low-profile*. Penelitian (Roberts, 1992 dalam Anggraini, 2006) mendefinisikan industri yang *high-profile* adalah industri yang memiliki visibilitas konsumen, risiko politis yang tinggi, atau menghadapi persaingan yang tinggi. Penelitian (Preston, 1977 dalam Anggraini, 2006) mengatakan bahwa perusahaan yang memiliki aktivitas ekonomi yang memodifikasi lingkungan, seperti industri ekstraktif, lebih mungkin mengungkapkan informasi mengenai dampak lingkungan dibandingkan industri yang lain. Penelitian (Cowen, *et al.*, 1987 dalam Anggraini, 2006) mengatakan bahwa perusahaan yang berorientasi pada konsumen diperkirakan akan memberikan informasi mengenai pertanggungjawaban sosial karena hal ini akan meningkatkan *image* perusahaan dan mempengaruhi penjualan.

Klasifikasi tipe industri oleh banyak peneliti sifatnya sangat subjektif dan berbeda-beda. Penelitian (Roberts, 1992 dalam Anggraini, 2006) mengelompokkan perusahaan otomotif, penerbangan dan minyak sebagai industri yang *high-profile*. Penelitian (Diekers dan Perston, 1977 dalam Anggraini, 2006) mengatakan bahwa industri ekstraktif merupakan industri yang *high-profile*. Sedangkan penelitian (Patten, 1991 dalam Anggraini, 2006) mengelompokkan industri pertambangan, kimia dan kehutanan sebagai industri yang *high-profile*.

Penelitian ini menggunakan industri manufaktur sebagai populasi penelitian sehingga atas dasar pengelompokan diatas perusahaan manufaktur yang termasuk dalam kategori *high-profile* adalah perusahaan yang bergerak di bidang bahan kimia, plastik, kertas, otomotif, makanan dan minuman, rokok, farmasi, kosmetika dan perkakas/perabotan. Sedangkan perusahaan manufaktur yang termasuk dalam kategori *low-profile* adalah perusahaan yang bergerak di bidang semen, keramik, logam, pakan hewan, kayu, mesin dan alat berat, tekstil, alas kaki, kabel dan elektronik.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan yang diukur dengan menggunakan total aset. Ukuran perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini dikaitkan dengan teori keagenan, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Di samping itu perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan (Sembiring, 2005).

Profitabilitas

Profitabilitas diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam upaya meningkatkan nilai para pemegang saham perusahaan. Dengan profitabilitas yang tinggi, akan memberikan kesempatan yang lebih kepada manajemen dalam mengungkapkan serta melakukan program *CSR* (Mutia *et al.*, 2011).

Leverage

Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* yang tinggi berarti sangat tergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* rendah lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri.

Leverage mencerminkan risiko keuangan perusahaan karena dapat menggambarkan struktur modal perusahaan dan mengetahui resiko tak tertagihnya suatu utang. Semakin tinggi *leverage* suatu perusahaan, maka perusahaan memiliki risiko keuangan yang tinggi sehingga menjadi sorotan dari para *debt*holders.

Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi cenderung ingin melaporkan laba lebih tinggi agar dapat mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang. Perusahaan akan mengurangi biaya-biaya termasuk biaya untuk mengungkapkan informasi sosial. Dikaitkan dengan teori keagenan, perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi memiliki biaya keagenan tinggi sehingga perusahaan akan mengurangi biaya berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility Disclosure* (Sari, 2012).

Ukuran Dewan Komisaris

Ukuran dewan komisaris adalah jumlah anggota dewan komisaris. Dewan komisaris adalah mekanisme pengendalian intern tertinggi yang bertanggung jawab untuk mengelola perusahaan secara efektif. Dewan komisaris terdiri dari *inside* dan *outside director* yang akan memiliki akses informasi khusus yang berharga dan sangat membantu dewan komisaris serta menjadikannya sebagai alat efektif dalam keputusan pengendalian.

Sedangkan fungsi dari dewan komisaris itu sendiri adalah mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen dan bertanggung jawab untuk menentukan apakah manajemen memenuhi tanggung jawab mereka dalam mengembangkan dan menyelenggarakan pengendalian intern perusahaan (Mulyadi, 2002 dalam Mutia *et al*, 2011).

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Tipe Industri terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Menurut (Freedman dan Jaggi, 1988 dalam Sari, 2012) perusahaan kategori *low-profile* dengan kondisi ekonomi yang lemah akan lebih mengungkapkan tanggung jawab sosial daripada perusahaan *high-profile*. Hal tersebut disebabkan karena perusahaan ingin investor mengetahui bahwa kondisi ekonomi perusahaan yang tidak terlalu baik disebabkan oleh biaya yang dikeluarkan perusahaan berkaitan dengan tanggung jawab sosial. Dengan mengeluarkan biaya untuk tanggung jawab sosial perusahaan, diharapkan akan memberikan dampak positif untuk kondisi ekonomi perusahaan di masa mendatang. Bagi perusahaan kategori *high-profile*, perusahaan (manajemen) merasa tidak perlu melaporkan hal hal yang dianggap mengganggu informasi tentang kondisi ekonomi yang sudah baik.

Berdasarkan penelitian (Sari, 2012) tipe industri berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Berdasarkan uraian tersebut, peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Tipe industri berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Teori keagenan menyatakan bahwa perusahaan yang lebih besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar pula dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil. Biaya keagenan yang besar dapat dikurangi dengan mengungkapkan informasi yang lebih luas. Selain itu, berkaitan dengan teori stakeholder, perusahaan yang besar cenderung memiliki kepemilikan saham yang lebih banyak sehingga jumlah pemilik saham yang lebih banyak memerlukan informasi keuangan yang lebih besar pula. Hal ini menyebabkan perusahaan harus mengungkapkan informasi keuangan yang lebih luas dan lengkap supaya mendapat dukungan dari stakeholder (Purwanto dan Laksmitaningrum, 2013). Teori legitimasi memiliki alasan tentang hubungan ukuran dan pengungkapan. Perusahaan yang lebih besar melakukan aktivitas yang lebih banyak sehingga memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat, memiliki lebih banyak pemegang saham yang punya perhatian terhadap program sosial yang dilakukan perusahaan dan laporan tahunan merupakan alat yang efisien untuk mengkomunikasikan informasi ini (Cowen *et al*, 1987 dalam Nur dan Priantinah, 2012).

Menurut (Cowen *et al*, 1987 dalam Sari, 2012), secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan, dan perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan semakin luas.

Berdasarkan penelitian (Sembiring, 2005); (Febrina dan Suaryana, 2011); (Nur dan Priantinah, 2012); (Zhulaikha dan Yulfaida, 2012); (Sari, 2012) ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Berdasarkan uraian tersebut, peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H2 : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Pengaruh Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Pendapat (Heinze, 1976 dalam Zhulaikha dan Yulfaida, 2012) menyatakan bahwa dengan semakin tingginya tingkat profitabilitas perusahaan maka jumlah informasi sosial yang diungkapkan juga akan semakin besar. Sejalan dengan teori keagenan yang menyatakan bahwa perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas. Hal tersebut dikarenakan perusahaan dengan laba yang tinggi akan menjadi sorotan, maka perusahaan akan mengeluarkan biaya yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial (Sari, 2012).

Berdasarkan penelitian (Sari, 2012); (Purwanto dan Laksmitaningrum, 2013) profitabilitas berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Berdasarkan uraian tersebut, peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H3 : Profitabilitas berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Pengaruh *Leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Berdasarkan teori keagenan, tingkat *leverage* mempunyai pengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi cenderung mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders* (Sembiring, 2005 dalam Sari, 2012).

Menurut (Belkaoui dan Karpik, 1989 dalam Anggraini, 2006) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat *leverage* semakin besar kemungkinan perusahaan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan melaporkan laba sekarang lebih tinggi. Supaya laba yang dilaporkan tinggi maka manajer harus mengurangi biaya-biaya (termasuk biaya untuk mengungkapkan informasi sosial).

Berdasarkan penelitian (Nur dan priantinah, 2012) *leverage* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Berdasarkan uraian tersebut, peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H4 : *Leverage* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Berkaitan dengan teori keagenan, dengan melaporkan laporan keuangan yang lebih lengkap maka setidaknya manajemen dapat mengurangi masalah keagenan yang rawan muncul dalam hubungan manajer dan pemegang saham. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa dewan komisaris dapat mempengaruhi luas pengungkapan CSR (Purwanto dan Laksmitaningrum, 2013).

Penelitian (Sitepu dan Siregar, 2008 dalam Mutia *et al*, 2011) menyatakan bahwa ukuran dewan komisaris memiliki pengaruh terhadap pengungkapan informasi sosial perusahaan. Semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya.

Berdasarkan penelitian (Sembiring, 2005); (Nur dan Priantinah, 2012); (Purwanto dan Laksmitaningrum, 2013) ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Berdasarkan uraian tersebut, peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H5 : Ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

III. METODE

Populasi, Sampel, Cara Memperoleh Data, Pengukuran Variabel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2013-2014. Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling yaitu sampel atas dasar kesesuaian karakteristik sampel dengan kriteria pemilihan sampel yang ditentukan. Data yang digunakan adalah data sekunder dengan melihat laporan tahunan perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id).

Dari hasil pemilihan sampel terdapat 14 perusahaan tidak menerbitkan laporan keuangan, 26 perusahaan tidak menyajikan laporan keuangan dalam satuan rupiah, 33 perusahaan mengalami kerugian, 18 perusahaan tidak menerbitkan laporan CSR. 20 perusahaan tidak menyajikan laporan keuangan dengan lengkap dan jelas. Sehingga diperoleh sampel sebanyak 60. Sampel yang di outlier sebanyak 6, sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 54 perusahaan.

Variabel Dependen

Corporate Social Responsibility Disclosure

Menurut (Trisnawati, 2014) secara umum, standar pelaporan yang sudah dikenal untuk mengimplementasikan CSR yaitu GRI (*Global Reporting Initiative*). GRI merupakan sebuah organisasi yang telah memelopori perkembangan

pengungkapan CSR dan menggunakan rerangka laporan berkelanjutan dan komitmen untuk terus menerus melakukan perbaikan penerapan di seluruh dunia (www.globalreporting.org).

Pengungkapan tentang tanggung jawab sosial perusahaan dengan menggunakan standar pengungkapan GRI telah banyak dilakukan oleh peneliti seperti (Sembiring, 2005) menggunakan 78 item pengungkapan, (Yulfaida, 2012) menggunakan 78 item pengungkapan, (Sari, 2012) menggunakan 79 item pengungkapan berdasarkan pedoman GRI tahun 2006, (Trisnawati, 2014) menggunakan 121 item pengungkapan berdasarkan pedoman GRI tahun 2011.

Pada penelitian kali ini *Corporate Social Responsibility Disclosure* diukur dengan menggunakan indikator GRI tahun 2013 yang terdiri dari 149 item pengungkapan. Pemilihan index GRI 2013 dengan 149 item ini karena hasil penelitian di atas menunjukkan bahwa pengukuran dengan menggunakan indeks GRI (78 item, 79 item, dan 121 item) tidak menunjukkan skor pengungkapan yang maksimum. Rata-rata pengungkapannya dibawah 50%.

Setiap item yang diungkapkan dalam laporan tahunan akan diberi skor 1 sedangkan untuk yang tidak diungkapkan dalam laporan tahunan diberi skor 0. Penghitungan indeks pengungkapan tanggung jawab sosial dirumuskan dengan:

$$CSRD = \frac{\text{Jumlah item informasi CSR yang di ungkapkan}}{\text{Jumlah maximal item pengungkapan}}$$

Variabel Independen

Tipe Industri

Tipe industri diukur menggunakan variabel dummy, yaitu nilai 1 untuk perusahaan *high-profile* dan nilai 0 untuk perusahaan *low-profile*. Penggolongan tipe industri ini sesuai dengan penggolongan yang telah dilakukan dalam penelitian (Anggraini, 2006); (Sari, 2012).

Ukuran Perusahaan

Variabel ukuran perusahaan diukur sebagai logaritma dari total aktiva (Jogiyanto, 2010:392). Penggunaan logaritma tujuannya agar mengurangi perbedaan yang signifikan antara ukuran perusahaan besar dan ukuran perusahaan kecil sehingga data total aset dapat terdistribusi normal.

Pemilihan logaritma total aktiva sebagai alat ukur ukuran perusahaan sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Febrina dan Suaryana, 2011); (Nur dan Priantinah, 2012); (Zhulaikha dan Yulfaida, 2012); (Sari, 2012); (Purwanto dan Laksmitaningrum, 2013). Rumus yang digunakan untuk mengukur variabel ukuran perusahaan adalah:

Ukuran Perusahaan = \log (total aktiva)

Profitabilitas

Penelitian ini menggunakan *Return on Asset* (ROA) sebagai alat ukur profitabilitas perusahaan karena rasio ini dapat mengukur sejauh mana perusahaan menghasilkan laba bersih pada sejumlah aset tertentu.

Pemilihan ROA sebagai alat ukur profitabilitas sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nur dan Priantinah, 2012); (Sari, 2012); (Purwanto dan Laksmitaningrum, 2013). Rasio *Return on Asset* ini dihitung dengan cara sebagai berikut (Prastowo dan Juliati, 2008:91).

$$\text{Return on Asset (ROA)} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total aset}}$$

Leverage

Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat *leverage* adalah *Debt to Equity Ratio* (DER) yaitu rasio yang mengukur total kewajiban terhadap modal sendiri.

Pemilihan DER sebagai alat ukur profitabilitas sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sembiring, 2005); (Anggraini, 2006); (Febrina dan Suaryana, 2011); (Nur dan Priantinah, 2012); (Sari, 2012); (Zhulaikha dan Yulfaida, 2012). Rasio Debt to Equity ini dihitung dengan cara sebagai berikut (Prastowo dan Juliati, 2008:89).

$$\text{Debt to Equity Ratio (DER)} = \frac{\text{Total kewajiban}}{\text{Ekuitas}}$$

Ukuran Dewan Komisaris

Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan untuk mengukur ukuran dewan komisaris adalah banyaknya jumlah anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan.

Pemilihan jumlah anggota dewan komisaris sebagai alat ukur ukuran dewan komisaris sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sembiring, 2005); (Febrina dan Suaryana, 2011); (Nur dan Priantinah, 2012); (Zhulaikha dan Yulfaida,

2012); (Purwanto dan Laksmiyaningrum, 2013). Pengukuran ukuran dewan komisaris dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

Ukuran dewan komisaris = Σ Dewan Komisaris Perusahaan.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah analisis regresi linier berganda. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen : tipe perusahaan, ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu *corporate social responsibility disclosure* dengan persamaan sebagai berikut:

$$CSR D = \alpha + \beta_1 DTI + \beta_2 UP + \beta_3 P + \beta_4 L + \beta_5 UDK + e \dots \dots \dots (1)$$

Dimana:

CSR D : *Corporate Social Responsibility Disclosure*

α : Konstanta

DTI : Tipe Industri

Variabel dummy, yaitu :

1 = Perusahaan yang termasuk dalam industri *High Profile*

0 = Perusahaan yang termasuk dalam industri *Low Profile*

UP : Ukuran Perusahaan

P : Profitabilitas

L : *Leverage*

UDK : Ukuran Dewan Komisaris

$\beta_1 - \beta_5$: Koefisien regresi

e : Error (faktor pengganggu)

IV. HASIL PENELITIAN

Semua uji asumsi klasik yang dilakukan dalam penelitian ini telah memenuhi syarat.

Model Regresi Berganda

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda, yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Perhitungan analisis regresi berganda dilakukan dengan bantuan komputer *Program SPSS for Windows Release versi 20.0*.

Tabel 1
Hasil Analisis Regresi Berganda

	Koefisien	t_{hitung}	Sig
Konstanta	0,152		
DTI	-0,032	-2,064	0,044
UP	0,010	0,801	0,427
P	0,082	1,090	0,281
L	-0,005	-0,376	0,709
UDK	0,006	1,504	0,139
R ²	= 0,454		
Adjusted R ²	= 0,124		
F	= 2,499		
Sig-F	= 0,043		

Berdasarkan data diatas diperoleh model analisis regresi sebagai berikut:

$$CSR D = 0,152 - 0,032DTI + 0,010UP + 0,082P - 0,005L + 0,006UDK + e$$

Nilai konstanta untuk persamaan regresi adalah +0,152. Hal ini menunjukkan bahwa jika tipe industri, ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan ukuran dewan komisaris dianggap konstan maka besarnya skor item *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR D)* akan bertambah sebesar 0,152.

Koefisien regresi tipe industri (DTI) sebesar -0,032 hal ini menunjukkan bahwa apabila tipe industri meningkat sebesar 1%, maka item *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSRD)* akan menurun sebesar 0,032 dengan asumsi variabel lainya konstan. Sebaliknya jika tipe industri menurun, maka item *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSRD)* akan meningkat. Dari hasil analisis regresi berganda diketahui nilai t hitung sebesar -2,064 dan p -value (nilai Sig) sebesar 0,044. Dengan demikian, hipotesis pertama yang menyatakan tipe industri berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure* **diterima**.

Koefisien regresi ukuran perusahaan (UP) sebesar +0,010 hal ini menunjukkan bahwa apabila ukuran perusahaan meningkat sebesar 1%, maka item *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSRD)* akan meningkat sebesar 0,010 dengan asumsi variabel lainya konstan. Sebaliknya jika ukuran perusahaan menurun, maka item *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSRD)* akan menurun. Dari hasil analisis regresi berganda diketahui nilai t hitung sebesar 0,801 dan p -value (nilai Sig) sebesar 0,427. Dengan demikian, hipotesis kedua yang menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure* **ditolak**.

Koefisien regresi profitabilitas (P) sebesar +0,082 hal ini menunjukkan bahwa apabila profitabilitas meningkat sebesar 1%, maka item *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSRD)* akan meningkat sebesar 0,082 dengan asumsi variabel lainya konstan. Sebaliknya jika profitabilitas menurun, maka item *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSRD)* akan menurun. Dari hasil analisis regresi berganda diketahui nilai t hitung sebesar 1,090 dan p -value (nilai Sig) sebesar 0,281. Dengan demikian, hipotesis ketiga yang menyatakan profitabilitas berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure* **ditolak**.

Koefisien regresi *leverage* (L) sebesar -0,005 hal ini menunjukkan bahwa apabila *leverage* meningkat sebesar 1%, maka item *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSRD)* akan menurun sebesar 0,005 dengan asumsi variabel lainya konstan. Sebaliknya jika *leverage* menurun, maka item *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSRD)* akan meningkat. Dari hasil analisis regresi berganda diketahui nilai t hitung sebesar -0,376 dan p -value (nilai Sig) sebesar 0,709. Dengan demikian, hipotesis keempat yang menyatakan *leverage* berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure* **ditolak**.

Koefisien regresi ukuran dewan komisaris (UDK) sebesar +0,006 hal ini menunjukkan bahwa apabila ukuran dewan komisaris meningkat sebesar 1%, maka item *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSRD)* akan meningkat sebesar 0,006 dengan asumsi variabel lainya konstan. Sebaliknya jika ukuran dewan komisaris menurun, maka item *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSRD)* akan menurun. Dari hasil analisis regresi berganda diketahui nilai t hitung sebesar 1,504 dan p -value (nilai Sig) sebesar 0,139. Dengan demikian, hipotesis kelima yang menyatakan ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure* **ditolak**.

V. DISKUSI

Pengujian Hipotesis 1

Dalam penelitian ini tipe industri diklasifikasikan dalam perusahaan *high profile* dan *low profile*. Dari hasil analisis data diatas, diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (-2,064 > 2,00488) dengan tingkat signifikansi < 0,05 yaitu 0,044. Hal ini menunjukkan bahwa tipe industri berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Hasil uji menunjukkan bahwa perusahaan *high profile* cenderung mengungkapkan informasi sosial yang lebih sedikit dibandingkan perusahaan *low profile*. Perusahaan kategori *low profile* dengan kondisi ekonomi yang lemah akan lebih mengungkapkan tanggung jawab sosial daripada perusahaan *high profile*. Hal tersebut disebabkan karena perusahaan ingin investor mengetahui bahwa kondisi ekonomi perusahaan yang tidak terlalu baik disebabkan oleh biaya yang dikeluarkan perusahaan berkaitan dengan tanggung jawab sosial.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian (Sari, 2012) menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara tipe industri dengan *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Pengujian Hipotesis 2

Dalam penelitian ini ukuran perusahaan di proksikan dengan log total aktiva. Dari hasil pengujian ukuran perusahaan diperoleh nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ (0,801 < 2,00488) dengan tingkat signifikansi > 0,05 yaitu 0,427. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Hal ini berarti bahwa besar kecilnya ukuran perusahaan tidak mempengaruhi *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Perusahaan besar tidak akan selalu mengungkapkan informasi sosialnya lebih banyak untuk memberi pengaruh pihak internal maupun eksternal perusahaan. Hal ini dikarenakan perusahaan besar belum menyadari bahwa *Corporate Social Responsibility Disclosure* adalah suatu kebijakan yang efektif untuk memperoleh keuntungan di masa mendatang.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian (Anggraini, 2006); (Laksmitaningrum dan Purwanto, 2013) menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara ukuran perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Pengujian Hipotesis 3

Dalam penelitian ini profitabilitas di proksikan dengan ROA. Dari hasil pengujian profitabilitas diperoleh nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,090 < 2,00488$) dengan tingkat signifikansi $> 0,05$ yaitu 0,281. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Hal ini berarti bahwa besar kecilnya profitabilitas tidak mempengaruhi *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Artinya semakin tinggi tingkat profitabilitas maka tidak akan memperluas kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, karena ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang suksesnya keuangan tersebut.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian (Sembiring, 2005); (Anggraini, 2006); (Febrina dan Suaryana, 2011); (Zhulaikha dan Yulfaida, 2012); (Nur dan Priantinah, 2012) menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara profitabilitas dengan *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Pengujian Hipotesis 4

Dalam penelitian ini *leverage* di proksikan dengan DER. Dari hasil pengujian *leverage* diperoleh nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-0,376 < 2,00488$) dengan tingkat signifikansi $> 0,05$ yaitu 0,709. Hal ini menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Hal ini berarti bahwa besar kecilnya *leverage* tidak mempengaruhi *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Hal tersebut dimungkinkan terjadi karena untuk melakukan *Corporate Social Responsibility Disclosure* tidak tergantung pada tingkat *leverage* namun tergantung pada tingkat kepekaan perusahaan terhadap kepedulian sosial dan tanggung jawabnya terhadap lingkungan. Lebih lanjut dinyatakan bahwa meskipun jumlah utang perusahaan besar namun jika perusahaan memiliki kepedulian dan tanggung jawab yang besar terhadap lingkungan sosialnya maka perusahaan tersebut akan tetap melakukan *Corporate Social Responsibility*. Hubungan yang baik antara perusahaan yang memiliki utang dengan *debt holders* diperkirakan juga menjadi penyebab tidak adanya pengaruh *leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian (Sembiring, 2005); (Anggraini, 2006); (Febrina dan Suaryana, 2011); (Sari, 2012); (Zhulaikha dan Yulfaida, 2012); (Laksmitaningrum dan Purwanto, 2013), menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara *leverage* dengan *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Pengujian Hipotesis 5

Dalam penelitian ini ukuran dewan komisaris di proksikan dengan jumlah dewan komisaris yang ada di perusahaan. Dari hasil analisis data diatas, diperoleh nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,504 < 2,00488$) dengan tingkat signifikansi $> 0,05$ yaitu 0,139. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Hal ini berarti bahwa besar kecilnya ukuran dewan komisaris tidak mempengaruhi *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Hal tersebut dimungkinkan terjadi karena dewan komisaris bertanggung jawab untuk mengelola perusahaan secara efektif yang tentunya tugas tugas tersebut sangat kompleks, tidak terfokus pada pengawasan pembuatan laporan keuangan khususnya pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Adanya hubungan yang baik antara dewan komisaris dan manajemen menyebabkan pengawasan yang dilakukan dewan komisaris terhadap manajemen dalam pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan tidak maksimal.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian (Febrina dan Suaryana, 2011); (Zhulaikha dan Yulfaida, 2012) menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara ukuran dewan komisaris dengan *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

VI. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa tipe industri berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*, sedangkan ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Keterbatasan penelitian ini adalah periode penelitian relatif singkat, hanya menggunakan satu sektor industri, jumlah variabel independen terbatas, scoring terhadap item-item dalam indeks *Corporate Social Responsibility Disclosure* menggunakan *content analysis*, sehingga terdapat unsur subjektivitas dalam melakukan scoring.

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah periode penelitian diperpanjang, menggunakan beberapa atau semua sektor industri, menambah variabel independen, melakukan perbandingan terhadap hasil scoring.

DAFTAR PUSTAKA

- Febrina dan Suaryana, Agung. 2011. Faktor-faktor yang mempengaruhi kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan pada perusahaan manufaktur di bursa efek indonesia, *Simposium Nasional Indonesia XIV*.
- Mutia, Evi., Zuraida dan Andriani, Devi. 2011. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia, *Jurnal Telaah & Riset Akuntansi*. 4 (2).
- Zhulaikha, Dewi dan Yulfaida. 2012. Pengaruh *Size*, Profitabilitas, *Profile*, *Leverage* dan Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia, *Diponegoro Journal of Accounting*. 1 (1).
- Kamil, Ahmad dan Herusetya, Antonius. 2012. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Kegiatan *Corporate Social Responsibility*, *Media Riset Akuntansi*. 2 (1).
- Sari, Rizkia Anggita. 2012. Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia, *Jurnal Nominal*. 1 (1).
- Nur, Marzully dan Priantinah, Denies. 2012. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* di Indonesia (Study Empiris Pada Perusahaan Berkategori *High Profile* yang *Listing* di Bursa Efek Indonesia), *Jurnal Nominal*. 1 (1).
- Anggraini, Reni Retno. 2006. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan, *Simposium Nasional Akuntansi IX*.
- Sembiring, Eddy Rismanda. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial, *Simposium Nasional Akuntansi VIII*.
- Purwanto, Agus dan Laksmitaningrum, Chintya Fadila. 2013. Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris dan Struktur Kepemilikan terhadap Pengungkapan CSR (Studi Empiris pada Perusahaan Manufatktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2011), *Diponegoro Juornal of Accounting*. 2 (3).
- Trisnawati, Rina 2014. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Dewan Komisaris dan Kepemilikan Manjerial terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Industri Perbankan di Indonesia.
- Jogiyanto. 2010. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi Pertama, BPFE. Yogyakarta.
- Prastowo, Dwi dan Juliaty, Rifka. 2008. *Analisis Laporan Keuangan (Konsep dan Aplikasi)*. Edisi Kedua, UPP STIM YKPN. Yogyakarta.